# Nouveautés sur **papier** ou **CD**

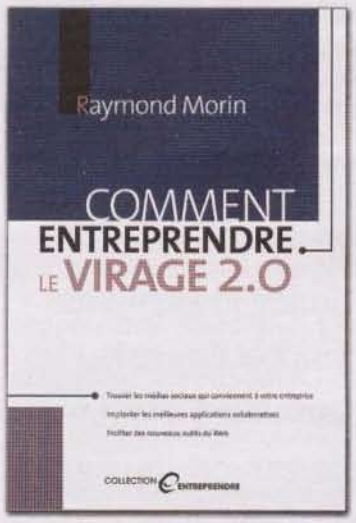
JEAN-FRANÇOIS FERLAND ET FRANÇOIS HUOT

## *Comment entreprendre le virage 2.0*

**Par Raymond Morin, Éditions Transcontinental, 164 pages, 27,95 $**

**W**eb 1.0, Web 2.0... qu'est-ce donc que cela et qu'entend donc l'auteur Raymond Morin par « virage 2.0 »? Grosso modo, le Web 1.0, c'est celui des pages Web statiques que les internautes visitent les unes après les autres au gré de leurs besoins ou du hasard des liens cliquables. Le Web 2.0, c'est celui de l'interaction entre les acteurs sociaux et économiques.

Avec le Web 2.0, l'internaute n'est plus un « visiteur passif », mais un producteur d'informations au sein de communautés et de réseaux qui, c'est là l'intéressant, ne relient pas que des individus, mais aussi des entreprises. Certains l'ont déjà compris et en retirent de grands et gros bénéfices financiers. Mais d'autres, la grande majorité, n'ont encore aucune stratégie pour arrimer leurs actions à cette tendance de fond. Selon Raymond Morin, il s'agit là d'une grave erreur... d'où l'écriture de ce guide d'initiation aux applications Web 2.0 utiles en entreprise.




En 162 pages, l'auteur livre une initiation à ce qu'il désigne lui-même par les neuf « applications du Web 2.0 les plus populaires en entreprise ». Ce sont les applications Web, les outils d'intelligence collective, les logiciels de partage de fichiers (poste-à-poste), les sites de réseautage social, les flux RSS, les blogues, les wikis, la baladodiffusion (*podcast*) et les applications composites (*mashups*) comme Google Maps.

Au fil des pages qui suivent, les lecteurs découvrent non pas un mode d'emploi, mais la richesse et l'utilité des applications Web 2.0. Un exemple parmi des dizaines : Raymond Morin rappelle qu'une entreprise fonctionne grâce à un savoir composé à « 70 % de connaissances tacites (savoir-faire et trucs du métier) ». Voilà un constat peu encourageant quand on sait que des départs massifs à la retraite sont prévus au cours des prochaines années. C'est ici que des outils Web 2.0 (blogues, enregistrements multimédias, wikis, etc.) peuvent être utiles en permettant la production de savoir formel qu'il est ensuite possible de conserver et de diffuser.

Le défaut de ce livre, c'est qu'il ne présente pas d'exemples véritables que les lecteurs pourraient apprécier sur Internet. Pis : l'entreprise qui sert de vitrine pour présenter les outils Web 2.0, *Villeneuve & fils, sports auto parts*, n'existe pas! Comme ce n'est pas mentionné, le lecteur-internaute a beau chercher ce nom sur Internet, il ne trouve rien. Bref, le lecteur est mis en appétit, mais on ne lui donne rien à se mettre sous la dent... Pourtant, il est de nombreuses entreprises qui auraient pu illustrer l'utilisation heureuse d'outils Web 2.0. Dommage. ■

## *Coaching virtuel* (version 2.0)

**Par Laval Technopole et le Centre local de développement (CLD) de Laval, gratuit.**

**G**uide stratégique, encyclopédie, outil d'accompagnement et de soutien logistique à l'éclosion d'une entreprise innovante et technologique... Les appellations ne manquent pas pour décrire la nouvelle version 2.0 du *Coaching virtuel*, un outil accessible en ligne sur les sites Web du CLD de Laval et de Laval Technopole ou, encore, sur un cédérom que toute entreprise du Québec peut obtenir gratuitement*.

*Coaching virtuel* est un sacré instrument pour gagner du temps et... économiser des milliers, voire des dizaines de milliers de dollars! Comment est-ce possible? Tout simplement parce que cet outil recèle des centaines de pages d'informations techniques, juridiques et économiques, en français et en anglais, qu'il est fort coûteux d'obtenir pour une entreprise.

Il suffit de parcourir quelques titres de documents pour prendre la mesure de la richesse de l'outil. Quelques exemples de documents : Cession des droits d'un sous-traitant (modèle de contrat de cession, renonciation et engagement pour encadrer les droits et les obligations d'un sous-traitant) ; Contrat de distribution (modèle annoté de contrat de distribution incluant des modèles pour les documents liés qui sont requis) ; Guide pour la mise en place d'un processus de veille (guide de présentation des composantes, méthodes et ressources requises pour réaliser un processus complet de veille), etc.

Les documents élaborés par la vingtaine de collaborateurs constituent souvent une sélection des meilleures pratiques, de sorte que les entreprises n'ont pas à consacrer temps et énergie pour les repérer et les obtenir.

Prenons justement le Guide pour la mise en place d'un processus de veille. Que ce soit pour saisir une occasion d'affaires ou pour réagir rapidement en cas d'atteinte à sa réputation ou à la critique de ses produits, la veille est une activité stratégique pour une entreprise. L'un des plus grands stratèges de l'histoire, Napoléon, ne disait-il pas « Se faire battre est excusable, se faire surprendre est impardonnable » ? Si Napoléon, qui étudiait longuement les données géographiques, climatiques et autres avant une bataille, avait vécu à l'ère d'Internet, il aurait été féru de veilles commerciale, concurrentielle, scientifique, technologique, juridique...

Un exemple : un fabricant de médicaments de protection contre la malaria apprend que des soldats canadiens sont réticents à quitter le Canada pour aller effectuer une mission dans un pays où sévit la malaria... Que fait-il en voyant cette information apparaître sur son écran? Poser la question, c'est y répondre...

*Coaching virtuel* couvre aussi de nombreux aspects de la vie des entreprises : aspects juridiques, environnement informatique, exportation, finances, gestion, image, R&D. ■

* AU NUMÉRO 450-978-5959

## *Innover c'est bien... Breveter c'est mieux!*

**Par Mireille Jean, 192 pages, 39,95$ www.mireillejean.com**

**I**l y a quelques années, Mireille Jean, la vice-présidente et cofondatrice du fabricant d'équipements de télécommunications Trioniq, a vendu des brevets aux entreprises Silicon Graphics et IBM. Ces événements sont peu communs, surtout pour une PME de Chicoutimi!

Mme Jean a cru bon de partager dans un livre les connaissances obtenues au fil de nombreuses recherches et démarches avec les entrepreneurs innovateurs de tous les domaines, dont celui des TIC.

Dans son ouvrage, l'entrepreneure ne décrit pas la façon de contacter un brevet, mais plutôt l'approche commerciale qu'un entrepreneur aux ressources limitées devrait préconiser. Ses propos, rédigés dans un style concis et sympathique, sont accompagnés d'encadrés pratiques et d'illustrations amusantes, mais pertinentes. On y retrouve aussi des formules simples qui servent à estimer la valeur d'une propriété intellectuelle.

« La plupart des gens pensent que les brevets sont pour les multinationales ou les grands de ce monde, indique Mme Jean. Ils pensent qu'ils ne pourront pas faire d'argent, qu'ils seront copiés, qu'ils ne pourront se défendre en cas de contrefaçon, que cela coûte trop cher... Ces mythes empêchent les entrepreneurs innovateurs de faire breveter leurs technologies. Ce livre brise un à un ces mythes que je croyais fondés il y a 10 à 15 ans ».

Mme Jean y présente le brevet comme un argument ou un nouvel outil pour l'entrepreneur qui désire se positionner dans un marché, se démarquer et s'enrichir. Notamment, l'auteure préconise des approches constructives : par exemple, un cas de contrefaçon, souvent perçu comme étant un obstacle, peut être transformé en opportunité commerciale pour l'entrepreneur copié et pour l'entreprise fautive. Aussi, Mme Jean décrit le potentiel offert par la vente de licences d'utilisation d'une technologie protégée par un brevet.

Mme Jean estime que les efforts requis pour l'obtention d'un brevet ne sont pas plus ardus que ceux qu'il faut réaliser pour développer un produit ou un service. Toutefois, elle recommande fortement aux entrepreneurs de développer un réflexe d'observation, autant de l'offre du marché que du contenu des répertoires de brevets, avant de consacrer du temps et de l'énergie à des efforts de R&D.

Avec son livre, qui est disponible en ligne et lors des conférences qu'elle prononcera partout au Québec au cours des prochains mois, Mme Jean espère que les entrepreneurs tireront profit de son propre travail d'innovation sur la façon de développer des affaires à l'aide de brevets.

« Cela m'a pris plusieurs années avant d'être efficace avec mes brevets. Si un entrepreneur lit ce livre et devient efficace en deux mois plutôt qu'en six ans, eh bien tant mieux! », dit-elle. ■